



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

審査レポート

生パスタフィットチーネ 2食



食の情報の専門家
一般社団法人
日本フードアナリスト協会
Japan Food Analyst Association Certified

審査レポート



商品名 生パスタフィットチーネ 2食

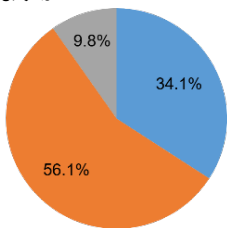
評価結果 グランプリ 受賞回・年月 第81回 (2024年11月)

WEBアンケート・1次審査・2次審査・最終審査を厳正に行った結果をご報告させていただきます。

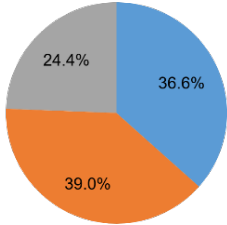
WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通
■ あまりない ■ ない

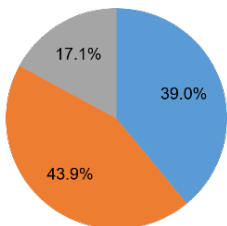
1 この商品に興味がありますか



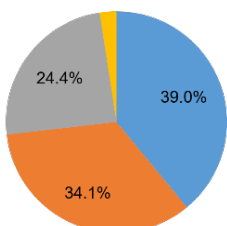
2 この価格で買いたいですか



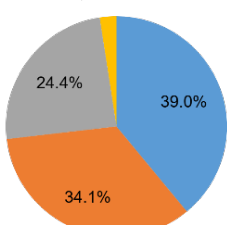
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



4 USP (その商品の独自の売り)がある商品だと思いますか



5 買いたくなるネーミングですか



審査評

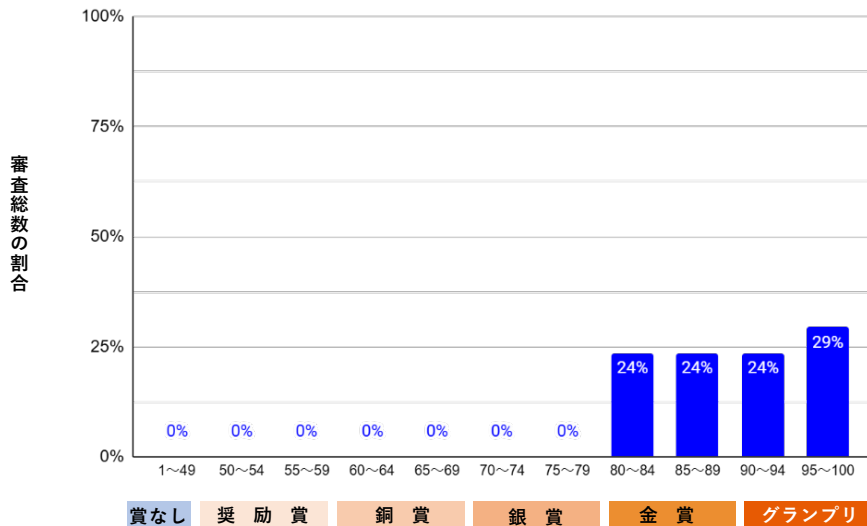
評価が高かった内容

生パスタのもちもち感とコシの強さが本格的でとてもおいしい
デュラム小麦の新鮮な風味をしっかりと感じるができる
原材料が小麦と塩のみ、添加物や保存料不使用なので安心安全
生パスタで常温保存、賞味期限270日は使い勝手がとてもよい
パッケージの透明窓からパスタの色や形状が確認できて便利
2食入りなので増加傾向の単身者やカップルが手に取りやすい
なじみがなかったフィットチーネのおいしさに目覚めた商品

評価が低かった内容

ネーミングがシンプルすぎて競合品との差別化が難しい
フィットチーネとはいえ、生パスタで茹で時間6分は長い
フィットチーネはなじみがないので説明があると試し易い
おいしいが家族で食べると金額がかさむので特別な日に購入
賞味期限270日・常温保存可能の表記がわかりにくく残念
パッケージに「小麦」に対するアレルギーの注意喚起がない
お客様相談室など商品と消費者をつなぐ窓口がないのは残念

点数分布



点数分布において、47%が金賞相当、53%がグランプリ相当を占めた結果、総合評価90%で【グランプリ】受賞となりました。

高評価の理由としては、風味・味・食感のクオリティが高く誰もが「おいしい」と実感できたこと、添加物・保存料不使用、常温で長期間保存可能が消費者に支持されたことが挙げられます。

一方、アレルギー物質の表記方法、相談窓口の設置についての要望等が多々あり、消費者対策が今後の課題となっています。

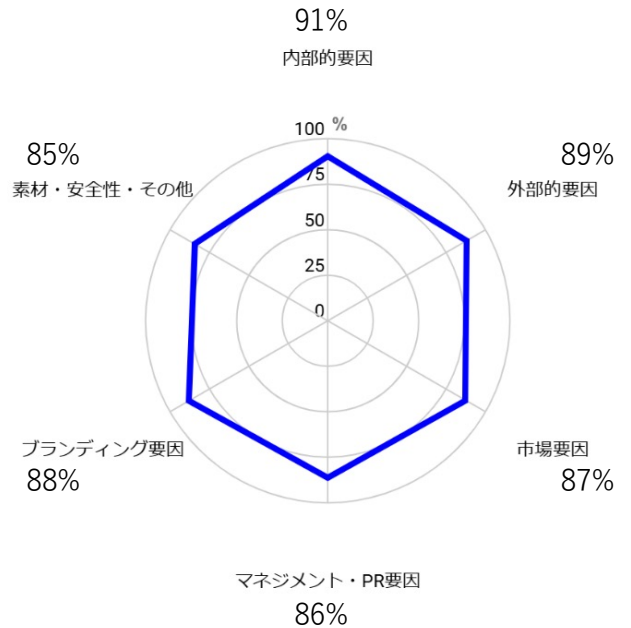
審査レポート

■ 要因分布

要因の分布状況としては、6つの要因すべてが85%以上とバランスの良い大きな六角形となりました。

味や香りなど商品自体の魅力を表す「内部的要因」が最も高く91%、ネーミングやパッケージから構成される「外部的要因」が89%、「ブランディング要因」88%、「市場要因」87%と続き、市場ニーズやトレンドを掴み、商品のクオリティやコンセプトが多く共感支持を得ていることが窺える素晴らしい結果となりました。

一方、「素材・安全性・その他」では保存料不使用が評価された反面、原材料の安全性やアレルギー表記への要望があり点数が抑えられました。また「マネジメント・PR要因」は積極的な情報発信が少ない点が評価に影響を及ぼしました。



■ 総評

まずはじめに、創業100余年、奥出雲の地で日本の伝統食である蕎麦の味を守り続けてこられた功績と、長年培われてきた高い技術力を駆使し、新市場である生パスタの開発に挑戦をした姿勢に心から敬意を表します。麵製品を通して食卓に健康と笑顔届けたいという熱い想いと、製麵へのこだわりと探求心、高い技術力が「生パスタフィットチーネ」を生み出しました。生パスタはイタリアの伝統食文化であり、家族に笑顔を届けるマンマの味でもあります。もはや「おいしい笑顔」に国境はないと感銘を受けました。

今回の審査で評価が高く注目を集めたのは、「本格的な食感とおいしさ」「原材料は小麦と食塩のみ」「保存料不使用で長期常温保存が可能」この3点に集約されます。どれも消費者にとって大きなメリットであり、それぞれ食の楽しさや満足感、安全性、利便性の向上に貢献し、共感性の高い魅力的な商品となりました。また後発ながら、競争が激しいパスタ市場においてUSPを確立したことも高く評価されました。

一方で、さらなる食の安心安全性と利便性を求めるトレンドにより、さまざまな要望や疑問、提案の声も届きました。パッケージでのアレルギー物資の表示、蕎麦とパスタを同工場で扱う懸念（蕎麦アレルギー対策）、原材料の産地表記、トレーサビリティの強化、茹で時間の短縮（生パスタで6分は長い）、3種のパスタの違いとメニュー提案の要望等、多岐にわたっています。個々の対応もですが、対応すべき最も大きな課題は情報発信の拡充と消費者相談窓口の設置です。商品の詳細情報や企業の施策、考え方を伝え、消費者からの声に耳を傾けることは、信頼関係を築くうえで重要です。わからないことは不安感に繋がりがり不信感を呼び起こし信頼関係を妨げます。パッケージにQRコード貼付しHPで詳細情報発信する、相談ダイヤルの設置など、消費者との繋がりを強化することが望まれます。素晴らしい商品と貴社の熱意が消費者一人一人に届き、より大きな絆になり、今後のさらなる発展に繋がることを期待しております。

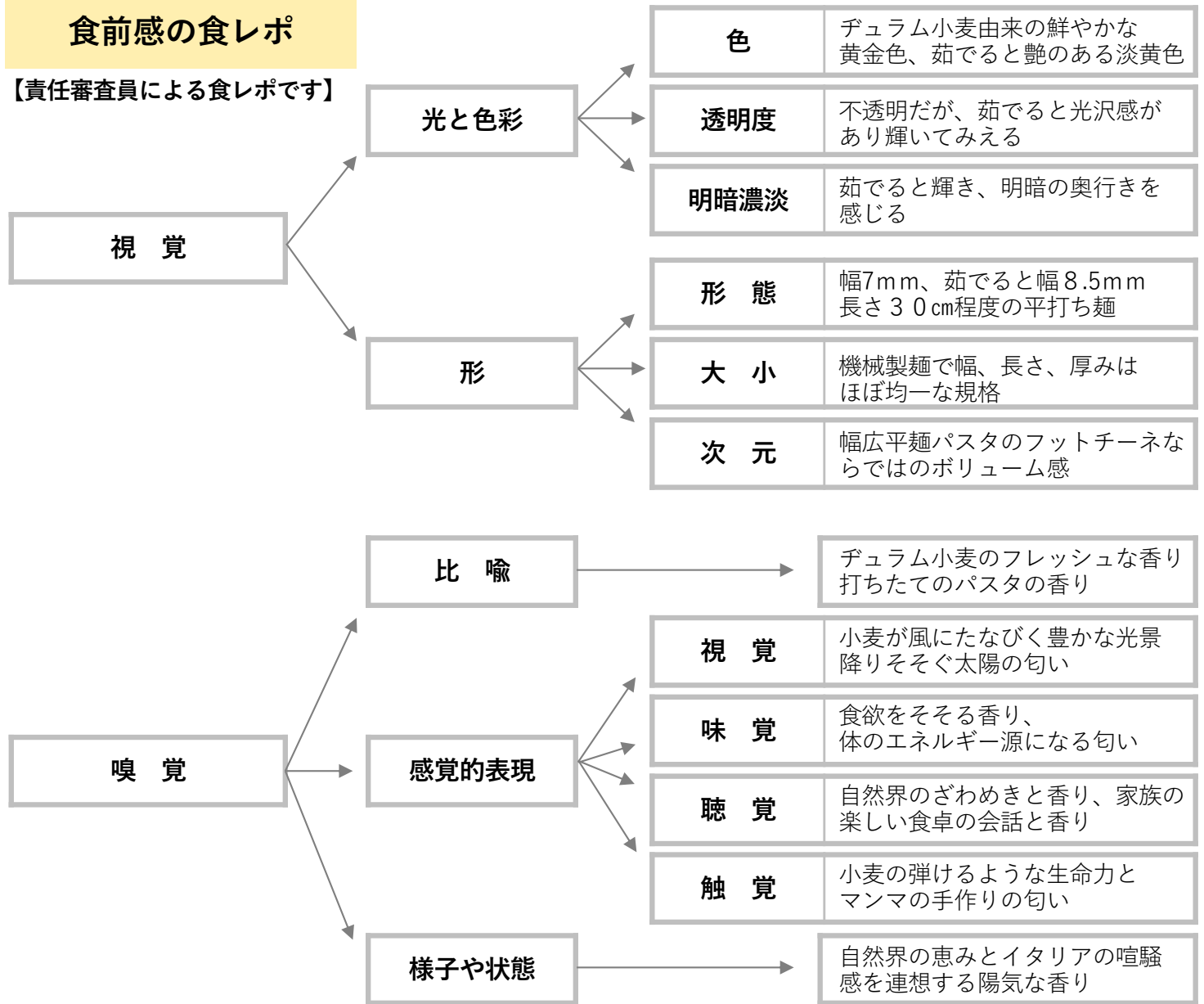




美味しさ分析レポート1

食前感の食レポ

【責任審査員による食レポです】



■ 食前感 講評

パスタといえばスパゲッティを連想する日本人が多い中、フィットチーネの名前を知っている人、さらにその形状や特徴をすぐに思い浮かべることができる消費者の割合は多くないと思われます。そんな懸念を払拭するのが貴社の「生パスタ フィットチーネ」です。パッケージの窓から中のフィットチーネを確認することができ、「この平打ち麺がフィットチーネ」と認識すると同時に、食べてみたいという強い誘惑にかられます。その理由の一つは「色」です。平麺ゆえにデュラム小麦特有の黄色みが際立ち、素材感を強く感じることができ、加えて黄色のパッケージがその効果を増幅させています。

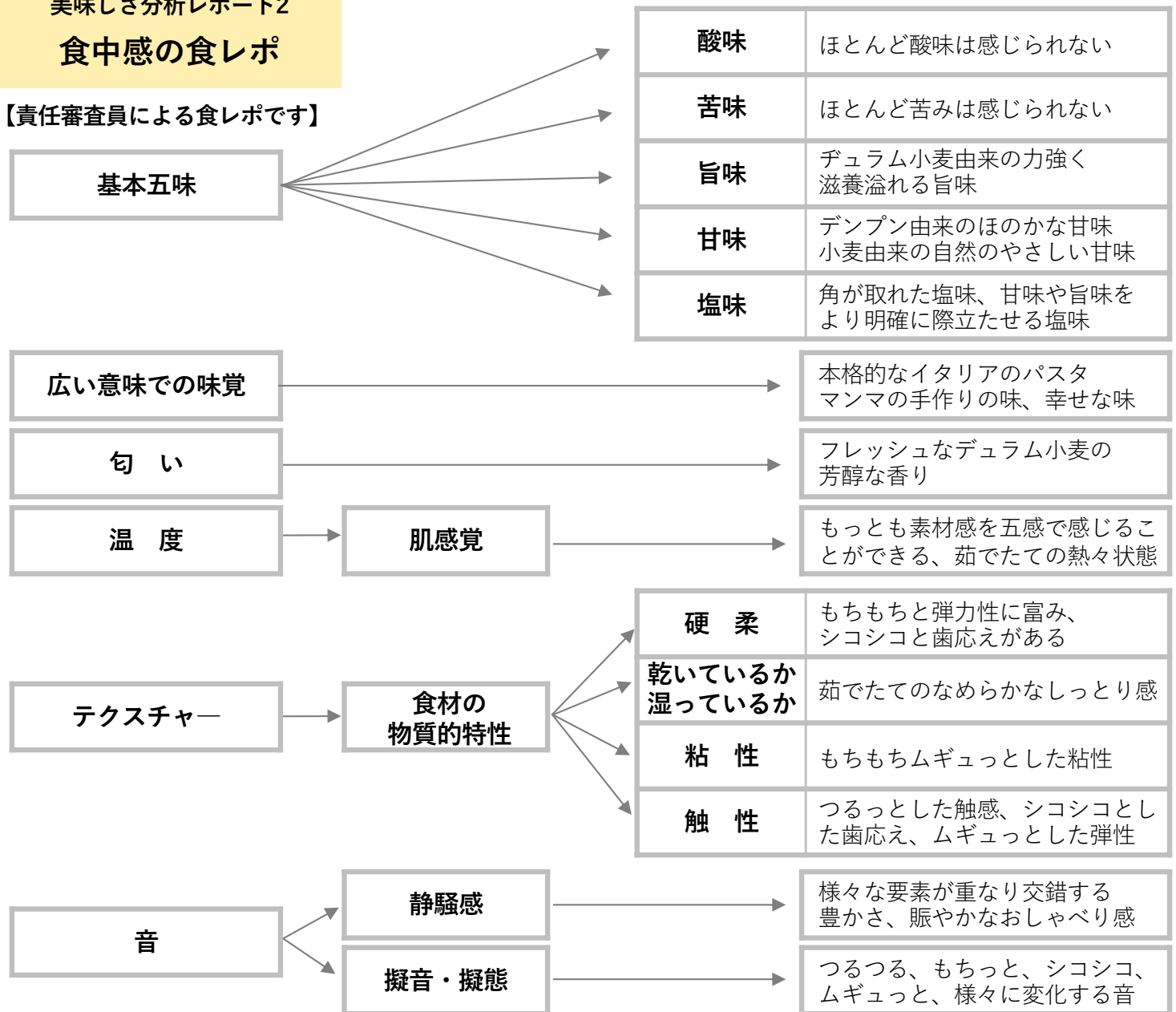
袋から取りだした生パスタの質感と重さ、かすかな小麦の香りは、乾麺では得られないフレッシュ感に溢れ食欲をそそります。茹でるとデンプン由来の甘い香りがたちのぼり、エネルギーの補給をしたいという人間の本能的な欲求が刺激されます。古今東西、人間の命と常に寄り添ってきた小麦のパワーを生パスタのフィットチーネとして堪能できると思うと、ワクワクと期待感で心が躍りました。



美味しさ分析レポート2

食中感の食レポ

【責任審査員による食レポです】



■ 食中感 講評

茹でたてのフィットチーネは、つややかでハリがありふっくらとしており、口に含むとそのボリューム感に驚きます。通常、細めのスパゲッティをスルスルと口触りのよさで食べているので、口いっぱいに広がった平麺、フィットチーネをしっかり咀嚼する感触が新鮮に感じられます。同じパスタであっても細めのスパゲッティは口中での滞留時間が短く喉越しも重視されますが、幅広平打ち麺のフィットチーネは口中での咀嚼時間を要するので、素材の触感や素材味をより深く繊細に感じることができました。また、生パスタとフィットチーネの相性の良さが抜群でシコシコムギゅっと噛めば噛むほど広がるデュラム小麦の由来の旨味や甘味、それを際立たせるほのかな塩味は小麦好きにはたまらないおいしさです。さらに、ソースとの絡みもよく、確かな触感と味の満足感が長く続き、本品の魅力をも十分に堪能することができました。

今回、本品によって他2種類と、製法や形状の違いが異なるおいしさを引き出すことを実感できたのは大きな収穫です。パスタの選択肢も増えて、さらにパスタファンになりました。



美味しさ分析レポート3

食後感の食レポ

【責任審査員による食レポです】

後味

生パスタ特有のモチっと感や幅広平麺ならではのシコシコ感により、口中での旨味が持続かつ増幅する。食べ応えがあり、大きな満足感をしっかり感じる

気候・地域

イメージはイタリアのマンマの手作りパスタだが、気候や地域にかかわらず、ソースを工夫するなどいつでも、どこでも美味しく味わうことができる

食経験・食習慣

イタリアンレストランで経験した本格的なパスタの触感を自宅で手軽に再現できるのが嬉しい
スパゲッティだけでなく、これからは、おうちパスタにフィットチーネも取り入れたい

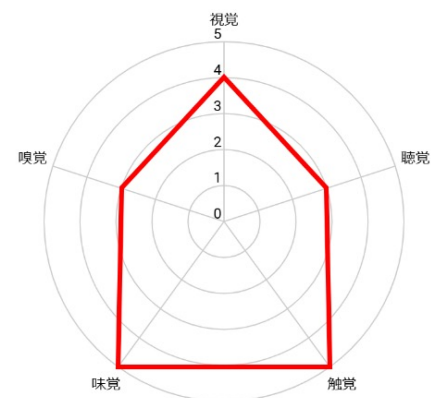
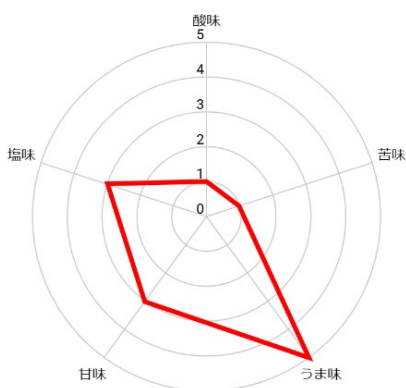
健康・生活様式

年代、性別を問わずみんなが大好きなパスタ、特に若年層では大人気。手軽で腹持ちがよく、ソースや具材のバリエーションも豊富なので生活に取り入れやすい

基本五味の
レーダーチャート

広い意味での味覚の
レーダーチャート

五感に対する感じ方
レーダーチャート



五味	評点
酸味	1
苦味	1
うま味	5
甘味	3
塩味	3

広義の味	評点
小麦の味	5
マンマの味	4
フレッシュな味	4
奥深い味	4
イタリアの味	4

五感	評点
視覚	4
聴覚	3
触覚	5
味覚	5
嗅覚	3

1. 内部的要因（味・五感・ニュース性等）

原材料はデュラム小麦と塩のみ、添加物、保存料不使用にもかかわらず、生パスタでありながら常温で賞味期限270日という高い安全性と利便性はニュース性が高く多くの共感支持を獲得しました。また、なじみの薄いフィットチーネ独特の触感、歯応え「おいしさ」を生パスタを通して広く伝えた功績も評価されています。

創業100余年の老舗蕎麦店ならではの高い技術開発力と「おいしさへのこだわり」は貴社の最大の強みであり、消費者目線の企画力、革新的なチャレンジ精神が生み出したフィットチーネは高評価となりました。

2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

シンプルでストレートな名前はわかりやすいと好評である反面、競合他社との差別化が難しい、リピート時の誤認などの懸念の声も多く挙がりました。対策として、インパクトのあるキャッチフレーズやアイコン、パスタごとの特徴を訴求する等の案が考えられます。パッケージについては、窓部分からパスタの形状が確認でき、購入時の安心と興味につながると大変好評でした。また、原材料が小麦と塩のみ、長期常温保存可能も大きな強みなので、もっと訴求するべきと、さらなる積極的な応援メッセージも多く寄せられました。

3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

年代性別を問わず、みんなが大好きなパスタ、日本におけるイタリア料理の代名詞でもあり、簡単便利で、リーズナブルが「おうちパスタ」の大きな魅力です。近年はより本格的な食感を求めて生パスタへの関心が高まっていますが、保存に向かないことからニーズは冷食生パスタに向かっていました。本商品は本格的な生パスタでありながら利便性に優れた、消費者待望の商品です。単身世帯が増えるなか、ちょっと贅沢、自分ご褒美の「おうちパスタ」としても最適で、まさに時流をとらえた商品として今後期待が膨らみます。

4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

6つの要因中、貴社にとって今後もっとも伸びしろがある領域が「マネジメント・PR要因」です。創業100余年の老舗蕎麦店ならではの、長年積み重ねてきた実績やお客様との信頼関係、地域における口コミ効果が、広告、PRの役割を担ってきたと思われます。歴史と実績は貴社の大きな強みであり財産です。今後は、素晴らしい商品をより多くの方に知ってもらい、消費者としっかり繋がるために、HPからの情報発信の拡充、SNSの活用、お客様相談室の開設等の施策が必要との声が、発展への期待とともに多く寄せられました。

5. ブランディング要因

生パスタフィットチーネの魅力は高い技術力を駆使した、商品そのものの「おいしさ」と利便性の高さ、そして選べる3種のパスタにあります。1アイテムでは競合商品の中で埋もれがちなネーミングやデザインですが、店頭で3種のパスタが並ぶと大きな存在感と輝きを放ち、競合品との差別化に見事成功しています。各パッケージが並んだ時の色のハーモニー、窓から見える各パスタの異なる形状など、選べる楽しさ、豊かさは日常に彩を添える、まさに「ラ・サルテー」の世界観であり、高いブランド力と伸びしろを感じました。

6. 素材・安全性・その他

原料は小麦と食塩だけ、保存料不使用と安心できることは何よりの消費者メリットで大きな支持を得ています。一方で、パッケージにアレルギー物質の表記がない、原材料の生産国を知りたい、蕎麦アレルギーがあるのでパスタと蕎麦が同じ工場生産されていないか不安、また相談や問い合わせ窓口がない等、消費者への安全サポート体制の不安を指摘する声も挙がり、この項目の評価自体も伸び悩む結果となりました。パッケージに記載したQRコードからHPの詳細情報につながるなどの施策をご検討くだされば幸いです。



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション